



RITA Welcome to the USA!

L'Administration américaine vient d'acquiescer pour ses forces armées le système RITA développé par THOMSON.

C'est une décision sans précédent et qui représente pour THOMSON un marché d'un milliard de dollars. Comme toute armée moderne, l'armée américaine avait un impératif: disposer d'un système de transmission fiable et inviolable. Une véritable opportunité pour qui saurait la détecter.

Dès 1982, THOMSON l'a saisie en proposant le système RITA. Réseau Intégré de Transmission Automatique, RITA est le système d'avenir de la communication militaire, utilisant l'informatique. Depuis 1983, il équipe les armées française et belge.

Pourtant, le plus dur restait à faire pour s'intégrer, et s'adapter aux exigences américaines.

THOMSON l'a parfaitement compris et n'a pas hésité à constituer une véritable «task force», à développer un véritable partenariat avec un leader américain, G.T.E.

Aujourd'hui, RITA vient de l'emporter malgré la très vive concurrence du système anglais qui lui était opposé. RITA s'impose donc sur le plus difficile des marchés, celui des U.S.A. et face au plus difficile des décisionnaires: l'armée américaine.

Que les Etats-Unis acceptent, pour la première fois de leur histoire dans le domaine des systèmes de communication, qu'une entreprise étrangère puisse équiper leur armée, c'est pour THOMSON une preuve éclatante de la justesse de ses orientations industrielles actuelles.

Décider, faire des choix parfois difficiles, relever le défi permanent d'être à la pointe des marchés. **Entreprendre**, se donner tous les moyens humains et techniques nécessaires pour atteindre son objectif. Réussir techniquement mais aussi commercialement et financièrement sur les marchés les plus performants dans le monde.

Telle est la force de l'entreprise THOMSON.



THOMSON-CSF

Pour nous, l'avenir a un sens.

Le Monde ECONOMIE

CHINE : LES PROMESSES DU VIN

Et si les Chinois se mettaient au vin ? Rien qu'un litre par an et par personne. Marché fabuleux d'un milliard de litres, la soif de la production française. L'objectif n'est pas irréaliste et le mouvement est en route. Il part de loin, deux mille ans avant Jésus-Christ, et aboutit aujourd'hui à des associations avec des entreprises étrangères, françaises surtout, comme Rémy Martin ou Pernod-Ricard.

Ces « joint ventures » sont autant d'aventures, car si la Chine s'ouvre au monde occidental, la porte reste étroite et les associés, derrière le façade de l'intérêt mutuel, ont en fait des objectifs contradictoires : pour les Européens, avoir un pied-à-terre, pour le jour où... ; pour la partie chinoise, recueillir et copier des techniques, produire des biens exportables et récupérer des devises. C'est le cas du vin, dont la fabrication est sérieusement encouragée depuis 1979.

Plusieurs raisons à ce renouveau : les brandys et autres solutions alcooliques sont considérées par le consommateur chinois comme des médicaments, aux vertus plus mirifiques les unes que les autres - d'où l'intérêt porté par les maisons de cognac au marché chinois. Ils présentent toutefois l'inconvénient d'atteindre quelque 50°, d'où un encouragement à la consommation de vin, qui demeure toutefois plus cher que la bouteille d'alcool ordinaire : environ 2 yuans (1 yuan = 3 francs).

Ensuite l'Etat tient au développement des cultures industrielles : avec l'accroissement de la productivité, des millions d'agriculteurs vont se trouver « libérés » des cultures céréalières traditionnelles. La vigne et le vin sont des productions, parmi d'autres, qui permettent de maintenir un emploi agricole et de développer une industrie rurale, elle-même capable de fixer le main-d'œuvre.

Enfin les devises. Le vin chinois, ou plutôt *made in China*, peut être vendu dans toute l'Asie, au Japon et jusqu'aux Etats-Unis à la diésora jeune et rapporter ainsi les précieuses devises.

A Lu-Juan, la Peking Southern Suburbs Winery, ou Cave de la banlieue sud de Pékin, a été créée en 1980, au milieu de 56 hectares de vignes, surmontés par de curieux gâbles destinés à la surveillance... Elle emploie cent vingt personnes, produit de 2 000 à 2 500 tonnes de vin par an, un blanc et un rouge, très sirupeux, qui vieillissent après fermentation dans des jarres en porcelaine.

Le directeur technique annonce fièrement que, sur une valeur globale de 3,5 millions de yuans, la cave paie à l'Etat un impôt de 1 million de yuans. Elle dispose en fait des 260 hectares de vignes de la ferme d'Etat du district de Daxing. Rendement : 1 tonne par mou, soit 13 tonnes à l'hectare, nettement plus que ne peut en absorber la cave.

La majeure partie du raisin est vendue pour la table, sur le marché. La variété dominante, muscat de Hambourg, n'est pas destinée à la vinification. Pour les assemblages, on fait venir d'autres variétés du Hebei voisin, et même 150 tonnes du Shandong, distant de quelque 500 km. Les raisins voyagent en camion, dans des corbeilles d'osier, enveloppées dans du papier. Il paraît qu'ils arrivent en parfait état...

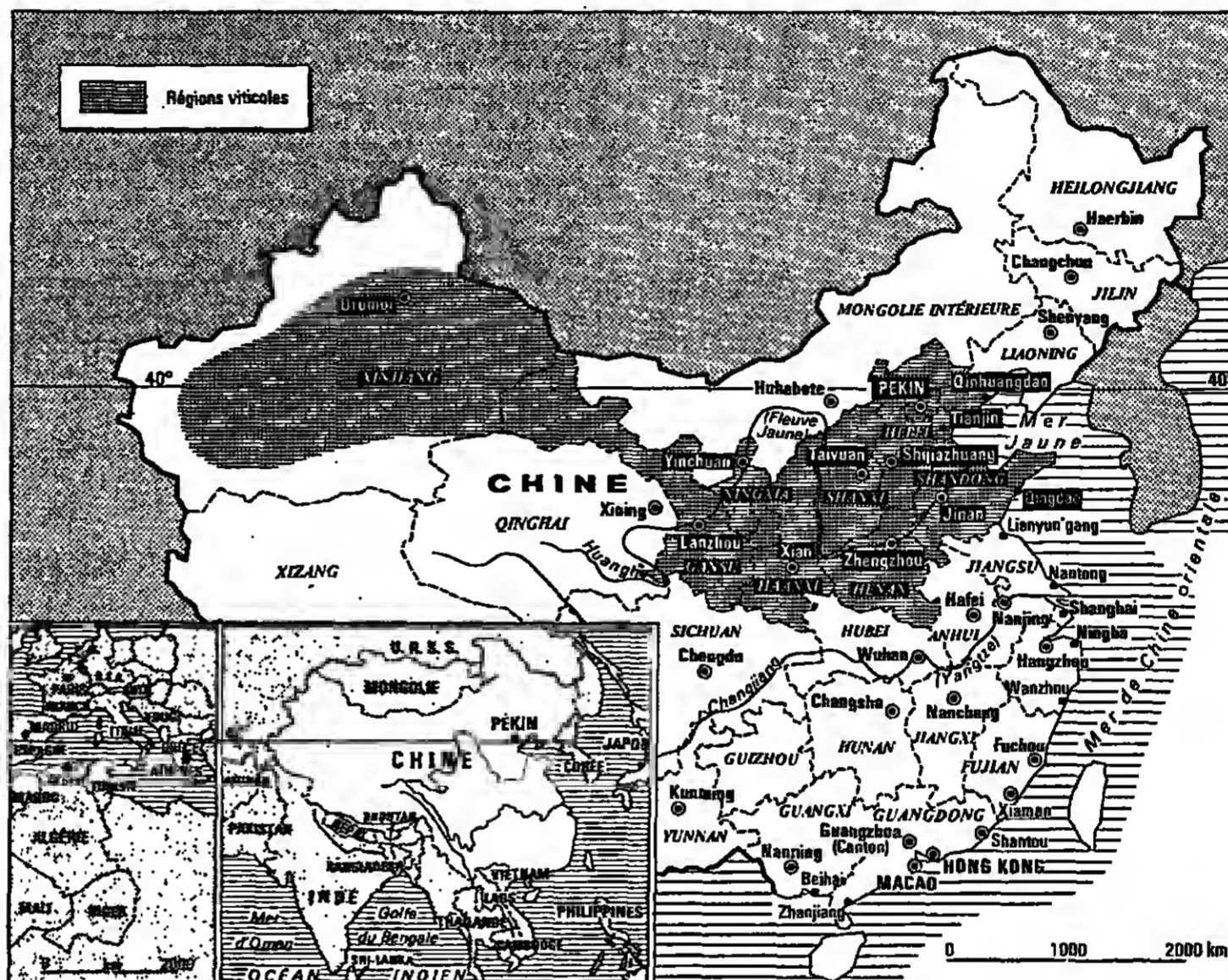
Cette cave envisage de planter 1 000 hectares de vignes d'ici à 1990, qui seront pris sur les rizières et les surfaces consacrées au blé. Plusieurs essais de variétés sont menés ; les vignes qui ont plus de vingt ans doivent être surgrêffées. Quand et avec quels cépages ? « C'est encore à discuter avec les équipes de production qui doivent donner leur accord », nous a-t-on répondu. Avec la nouvelle politique agricole, les paysans chinois peuvent produire ce qu'ils souhaitent, à la condition de fournir à l'Etat les quantités minimales demandées.

Le raisin est acheté de 0,6 yuan à 1,8 yuan selon la qualité, et le vin sort des jarres à 1,75 yuan la bouteille, ce qui la met à un peu plus de 2 yuans sur le marché. Il y a là comme un « miracle » chinois : la bouteille de vin, pour deux kilos de raisin environ ! Notre interlocuteur ne s'en laisse pas conter : « Non, nous ne vendons pas à perte ; mais notre profit est très faible, 100 000 yuans seulement. En fait nous nous battons pour être les moins chers et prendre des marchés aux grandes caves plus anciennes. »

Le miracle s'explique peut-être autrement : en moyenne annuelle, la cave achète 800 tonnes de raisin, et sans doute 900 en 1985 ; elle sort entre 2 000 et 2 500 tonnes de vin. Manifestement il est allongé.

Voilà qui corrobore une curieuse réponse que nous fit le directeur du crédit de la Banque agricole de Chine, qui recommandait d'installer les caves sur les lieux de production, « là où il y a de l'eau de qualité ». Selon un oenologue français, le vin chinois contient en réalité 20 % de vin de raisin, 60 % d'eau, 3 % de sucre et 17 % d'alcool.

JACQUES GRALL



Les vignes en Chine sont à la même latitude qu'en Grèce ou en Espagne du sud.

Une association sino-française « exemplaire »

Les raisins trop verts de Rémy Martin et les tribulations de Pernod-Ricard

POUR Pierre et Sophie Delair, oenologues employés de Rémy Martin, il n'est pas question d'allonger d'eau le fameux Dynasty, fleuron de la coopération franco-chinoise, présent dans les restaurants de Hong-kong, de San-Francisco et même de Paris, promu vin officiel lors des réceptions du gouvernement chinois. Deux médailles d'or, l'une à la foire de Leipzig, l'autre au concours des vins de Ljubljana.

L'histoire commence en 1979. Par l'intermédiaire de Rémy Martin Far East, le gouvernement chinois invite la direction de Rémy Martin à discuter d'un programme de coopération. On trouve, comme dans tout projet de ce genre, l'inévitable entremetteur chinois de Hong-kong, ici M. Beni Cheung. Pour son rôle de médiateur, il a obtenu 4 % du capital de la sino-French Joint Ven-

ture Winery de Tianjin, troisième ville de Chine, à 120 kilomètres de Pékin, sur le même parallèle que la Grèce, le sud de l'Espagne ou la Californie.

A priori, tout baigne pour le mieux dans la meilleure des œuvres possibles entre les deux associés : Rémy Martin, qui détiend 38 % apportés sous forme de matériel et de liquidités, et le Bureau agricole de la municipalité de Tianjin, qui apporte la différence sous forme de bâtiments et de services. La première cave fut achevée dès juillet 1980. L'objectif - produire un vin chinois correspondant aux standards internationaux - a été atteint.

La production est passée de 100 000 bouteilles en 1981 à

400 000 en 1984 : 60 % sont exportés, le reste vendu sur le marché intérieur, aux étrangers surtout. Et pour cause : à 6 yuans la bouteille, prix départ de la cave, le Dynasty vaut 10 yuans dans le commerce ; les salaires moyens vont de 100 à 150 yuans...

Cette joint-venture est surtout « exemplaire » par les difficultés qu'elle révèle : aucune maîtrise ni contrôle des investissements (constructions et personnel) qui représentent l'apport de la partie chinoise ; aucune maîtrise non plus de la matière première, le raisin, vendu au même prix que le raisin de table, 1 yuan le kilo. Lorsque nous avons visité la nouvelle cave - construite cette année à la demande de la partie chinoise, qui veut doubler la pro-

duction de Dynasty et atteindre les 800 000 bouteilles (ce qui lui permet au passage de récupérer l'ancienne cave, qui a tout juste cinq ans, pour une autre entreprise). - Pierre Delair se battait comme un beau diable pour refuser une livraison de raisins invendables. Trop verts, ne titrant que 7 degrés d'alcool potentiel.

Beni Cheung, « M. 4 % », jouait, comme il se doit, les intermédiaires : « Si on ne les prend pas, on n'aura pas assez de raisins, pour respecter les objectifs. » Dans le camp adverse, les représentants des producteurs et le secrétaire du parti, silencieux et tnu-puissant, qui au bout de plusieurs heures acceptera de signer un papier selon lequel ces raisins ne seront pas pressés pour faire du Dynasty.

J. G.

(Lire la suite page 12.)

MALAISIE : les feux de l'étain

Comme en Arabie saoudite, la tentation du « cavalier seul »

par PHILIPPE CHALMIN (*)

L'ÉTAIN fut, avec le caoutchouc, pendant près d'un siècle, l'un des piliers de l'économie malaisienne. Sa place a, certes, diminué et il ne représente plus aujourd'hui que 4 % à 5 % des recettes à l'exportation du pays, derrière le pétrole, l'huile de palme, le caoutchouc et les produits forestiers. Mais le secteur compte encore près de 25 000 emplois, pour l'essentiel occupés par des Chinois, héritiers de la première grande « ruée vers l'étain » au dix-neuvième siècle.

Contrairement au secteur minier traditionnel, concentré autour de quelques grandes mines, l'extraction de l'étain demeure artisanale. Le minerai est en effet contenu dans les sables alluvionnaires en général peu profonds : on utilise donc soit des dragues se déplaçant sur des lacs artificiels, soit, encore plus simplement des

pompes. Ces dernières, les plus nombreuses (430 en activité en 1983 réalisant 50 % de la production), sont utilisées par de petites entreprises employant quelques dizaines de personnes.

Demandant plus d'investissements, le secteur des dragues est traditionnellement plus capitaliste. Dominé autrefois par des intérêts britanniques (London Tin, Charter, RTZ), il a fait l'objet, à partir de 1975, d'une complète restructuration autour de la Malaysian Mining Corporation (MMC), contrôlée par des capitaux publics, qui assure au-

jourd'hui 30 % de la production d'étain malaisienne. Plus en aval, la MMC est aussi actionnaire minoritaire des deux sociétés de raffinage (Datut Keramat Smelting et Malaysian Smelting Corp.) qui traitent l'intégralité du minerai malaisien.

La constitution de la MMC a correspondu à la nouvelle politique économique mise en place par le gouvernement malais à partir du début des années 70. Il s'agissait de rendre aux Bumiputras

(*) Directeur du Centre de recherches sur les marchés des matières premières (CREMMAP) au Conservatoire national des arts et métiers.

(littéralement « fils du sol », c'est-à-dire les Malais d'origine) le contrôle des richesses naturelles au détriment des étrangers et des autres minorités (Chinois et Indiens).

Cela a correspondu à une phase de nationalisme intense orchestrée par le premier ministre, le docteur Mahathir. Sur le plan des matières premières, outre la reconquête des plantations et des mines contrôlées par l'étranger, cette politique s'est manifestée par un soutien sans faille aux accords de produits (étain, caoutchouc), mais aussi par la volonté de doter la Malaisie d'outils de commercialisation à l'échelle mondiale, voire de concurrencer la Grande-Bretagne, victime d'une anglophobie latente des classes dirigeantes.

(Lire la suite page 12.)

LE GUIDE ECONOMIQUE ET SOCIAL

80 domaines traités qui résument la vie économique, démographique et sociale de la France.

Une présentation claire, des utilisations multiples font des TEF 85 un ouvrage de référence nécessaire à la culture générale de chacun.

Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

bon de commande à retourner à CNRS - INSEE - 23, rue Robert de Luzarches BP n° 2718 - 80027 Amiens Cedex

Veuillez m'adresser _____ exemplaire(s) des TEF 85 - Prix : 34 F

Nom ou raison sociale : _____

Activité : _____

Adresse : _____

Croyant en règlement la somme de _____ F

☐ Mandat ☐ Chèque bancaire ☐ Chèque postal à l'ordre de l'INSEE.

